

Al D4NP lo stato della digitalizzazione del mondo Non Profit: il 65% delle ONP ha un sito mobile friendly

600 i partecipanti alla due giorni della seconda edizione di Digital For Non Profit, per fare il punto sullo stato dell'arte digitale del mondo non profit

Si è conclusa oggi la seconda edizione di [D4NP - Digital For Non Profit](#), l'evento di **Search On Media Group** realizzato in collaborazione con la Comunità San Patrignano. Due giornate - 21 e 22 settembre - che hanno visto la partecipazione di **600 partecipanti** e **30 relatori**, tra i maggiori esperti del digitale, rappresentanti di grandi aziende e ONP.

Al centro della seconda giornata, i dati della ricerca **“Lo stato di digitalizzazione delle associazioni di volontariato nel 2018”**, condotta da **Search On Media Group** e dal **Web Marketing Festival** e presentata sul palco del PalaSanpa. Numerosi gli input emersi, partendo dalla percentuale (**95%**) dei primi 500 enti del 5x1000 che ha attivo un proprio **sito web**. Riflettori accesi anche su parametri come **l'Accessibilità**: solo il **41%** delle realtà monitorate, in particolare, ha un sito che è possibile definire accessibile, pur essendo in aumento del +10% rispetto al 2017. *“Un fattore come quello dell'Accessibilità impatta in modo significativo sull'inclusione sociale: se da un lato è una caratteristica invisibile per la maggior parte di noi, dall'altro è essenziale per chi ne ha realmente bisogno. Dobbiamo sicuramente fare di più su questo fronte, e questo è solo il primo dei 100 passi che vogliamo percorrere in questa direzione. E lo abbiamo fatto anche insieme a Davy Mariotti, docente e formatore sordo, che ha lanciato un messaggio di apertura e condivisione rivolto sia alle profit che agli operatori ONP”*, ha commentato **Cosmano Lombardo**, CEO **Search On Media Group**. E la situazione è pressoché analoga quando si fa riferimento al settore del pubblico, in particolare ai Comuni (40%) e le Università italiane (61,5%). Altro parametro preso in considerazione, inoltre, è quello del **Mobile Friendly**: solo il **65%** ha un sito Mobile Friendly, in aumento del +15% rispetto al 2017: un parametro confermato anche nell'analisi dei siti web di Comuni e Università che hanno un sito responsive, rispettivamente, per il 45% e il 79%. *“Un chiaro segnale di come le ONP, ma non solo, stiano cercando di adeguarsi al comportamento di utenti sempre più propensi a donare online attraverso dispositivi come smartphone e tablet”*, ha concluso **Lombardo**.

La Formazione

Dopo l'apertura di Lombardo durante la prima giornata di lavori, spazio a **Mario Rizzante**, *Fondatore e AD di Reply* con un intervento dal titolo *“Il digitale al servizio della società”*, che ha portato all'attenzione dei partecipanti e dei ragazzi di San Patrignano presenti la storia di successo di un brand da oltre 20 anni nel mondo digitale. *Digital Strategy, Facebook, Instagram, Google Grants e Ads, SEO e Email Marketing* sono, invece, le tematiche al centro della prima **giornata formativa** a cura dei professionisti del **team Consulenza di Search On Media Group**: Marco Quadrella, Giorgio Taverniti, Gabriele Benedetti, Michela Lombardo e Vito Esposito. *“Acquisire competenze sul marketing digitale significa imparare a creare e sfruttare nuovi punti di contatto tra l'ente e i suoi stakeholder. Contatti con i donatori a fini di fundraising, ma anche con dipendenti, volontari, beneficiari diretti e società tutta con il fine di creare nuove occasioni per impattare positivamente nel quotidiano di ciascuno*

di noi”, spiega **Marco Quadrella**, COO Area Consulenza Search On Media Group, business unit impegnata nel contribuire alla crescita, di valore e di nuove opportunità offerte dal digitale, di realtà profit e non profit.

La cronaca della seconda giornata

A dare il benvenuto ai partecipanti sono stati **Cosmano Lombardo**, Founder & CEO Search On Media Group e Ideatore D4NP, e **Antonio Tinelli**, Presidente Comunità San Patrignano, insieme a **Fausta Chiesa**, giornalista del Corriere della Sera e, per l’occasione, presentatrice della giornata. “Per San Patrignano il digitale è già una realtà per favorire l’accoglienza, la formazione professionale, la comunicazione e la raccolta fondi – ha spiegato Antonio Tinelli, responsabile per la comunità dell’evento – Con questa due giorni abbiamo voluto presentare ai nostri ragazzi la realtà del digitale e condividere con le altre non profit l’importanza di un corretto uso del web” .

Fra gli interventi, **Francesca Patellani** - Geographic Services Lead & Corporate Citizenship Lead in Italia, Europa Centrale e Grecia, ha descritto l’importanza della crescita da parte delle onlus nel digitale: “È fondamentale che il non profit acquisisca le competenze utili per utilizzare al meglio gli strumenti digitali ed è importante continuare a studiare in un campo come questo in continua evoluzione. Solo in questa maniera il digitale potrà diventare inclusivo ed essere una risorsa per il sociale”.

Marco Moretti, CIO A2A Group e A2A Smart City President, invece ha toccato il tema della “Sostenibilità, smart cities e impatto sociale”. Di imprenditorialità, tecnologie innovative e digital transformation applicata alle realtà Non Profit ne hanno parlato nei loro interventi **Mario Calderini**, Direttore Tiresia Politecnico di Milano e Vice Presidente Fondazione Politecnico di Milano, **Alessandra Santacroce** e **Federica Tamburri** di IBM Italia, e **Massimiliano D’Amico**, Founder BE-COME e Collaboratore Milano Investment Partners.

Con l’intervento di **Giuliano Trenti**, Fondatore e Presidente Neurexplore SRL, sull’utilizzo del neuro-marketing per implementare le donazioni si è aperta la sessione di lavori pomeridiana, che è poi proseguita con i contributi di **Davide Grande**, Partner McKinsey & Company, e **Massimo Tessitore**, Head of multichannel, mobile payment, e/m commerce Intesa Sanpaolo.

Mentre Grande ha raccontato il progetto pro bono di trasformazione digitale realizzato da McKinsey per il FAI, Tessitore ha invece spiegato l’impegno sul fronte digital transformation nel Terzo Settore e l’impatto che questa ha avuto all’interno di Intesa Sanpaolo. Del **rapporto tra digitale e fattore umano**, invece, ne ha parlato **Irene Candian**, Global Communications Manager @The Human Safety Net Generali, che ha preceduto gli interventi di **Giorgio Taverniti**, Founder e COO Area Network Search On Media Group, e di **Mara Moiola**, Co Founder Italia Non Profit.

Quest’ultima in particolare ha portato all’attenzione dei partecipanti le sfide che dovranno affrontare le ONP italiane alla luce delle innovazioni tecnologiche e delle Riforma.

